

Calidad en el servicio del departamento de recepción de hoteles de Hermosillo, Sonora, México

QUALITY IN THE SERVICE OF THE HOTEL RECEPTION DEPARTMENT OF HERMOSILLO, SONORA, MEXICO

Sara Ruíz Iduma¹
Ivone Edith Ochoa Medina²
Zaid Bernal Ruiz³

Resumen

La investigación estudia los perfiles ocupacionales del sector turismo en Hermosillo, Sonora, específicamente analiza las competencias del recepcionista de los principales diez hoteles de la ciudad, con el propósito de determinar la calidad del servicio basados en las actitudes conductuales y técnicas en su desempeño, como los estándares de calidad, la comunicación verbal y no verbal que el recepcionista proyecta, manejo de quejas, asignación de habitaciones y la salida del huésped. La metodología utilizada se basa en dos instrumentos, un cuestionario y experiencias laborales de uno de los autores. Los hallazgos encontrados han concluido un eficiente manejo de competencias respecto a la calidad en el servicio al cliente.

Palabras clave: Competencias laborales, calidad en el servicio, hotel, turismo, huéspedes.

Abstract

The research studies the occupational profiles of the tourism sector in Hermosillo, Sonora, specifically analyzes the competencies of the receptionist of the top ten hotels in the city, with the purpose of determining the quality of the service based on behavioral and technical attitudes in their performance, such as the quality standards, the verbal and non-verbal communication that the receptionist projects, handling of complaints, assignment of rooms and departure of the guest. The methodology used is based on two instruments, a questionnaire and work experiences of one of the authors. The findings have concluded an efficient management of competencies regarding the quality of customer service.

Keywords: Job skills, quality of service, hotel, tourism, guests.

¹ Sara Ruíz Iduma. Maestra de tiempo completo en la Universidad de Sonora. Doctorado en Educación. Miembro de la academia de Informática.

² Ivone Edith Ochoa Medina. Maestra de tiempo completo en la Universidad de Sonora. Doctorado en Planeación estratégica y dirección de tecnología. Miembro de la academia de Informática.

³ Zaid Bernal Ruiz. Maestro en Educación basado en competencias.

Introducción

La mayoría de las personas han realizado turismo en algún momento de la vida, esta actividad está asociada al ocio, descanso, diversión y el descubrimiento de nuevos lugares. El turismo es el conjunto de acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

La historia del turismo es extensa, sus orígenes radican en la Antigua Grecia, cuando miles de personas se desplazaban para asistir a las olimpiadas cada cuatro años. El turismo es entendido como una actividad comercial, nace de la mano del inglés Thomas Cook, quien organizó el primer viaje turístico de la historia en 1841 y fundó, una década después, la primera agencia de viajes: Thomas Cook and Son, Burkart y Medlink (1981).

El sector turismo tanto en Hermosillo como en el Estado, constituye un factor decisivo para la economía sonorenses por su capacidad para generar producto, empleos, inversión y divisas. En el año 2001 la participación del turismo en el Producto Interno Bruto Estatal fue de 5% participación mayor a la de la ganadería y de la pesca, actividades económicas con gran importancia en el Estado por su arraigo entre la población y por estar orientadas en gran medida al mercado de exportación, (Gobierno del Estado de Sonora, 2002).

El turismo es uno de los sectores más importantes para México, ya que genera alrededor del 7% del Producto Interno Bruto del país. En los últimos años, el sector ha tenido un crecimiento del 2%, aunque dada la crisis económica y la influenza, en 2009 tuvo una caída del 14% respecto al 2008, SECTUR (2014).

Sonora es una de las entidades federativas privilegiadas de la República Mexicana, ya que cuenta con diferentes ecosistemas (mar, desierto, valle, sierra) que hacen de éste un lugar diversificado en recursos naturales; además su situación geográfica lo coloca como vecino del primer país emisor de turistas internacionales, sin embargo, a pesar de toda esta riqueza no existen programas y proyectos que impulsen

su aprovechamiento para detonar los flujos turísticos que permitan una mayor derrama económica en el Estado.

Por lo anterior, se podría considerar favorable para la actividad turística, sin embargo, la diversidad de recursos naturales y un mosaico de tradiciones culturales que posee el municipio no tienen el impacto esperado por falta de programas y proyectos turísticos coordinados por los tres niveles y la iniciativa privada, los primeros por carecer de una visión regional integradora y los segundos por la existencia de un desánimo y poca credibilidad en las políticas de gobierno.

En la presente investigación se da a conocer la evaluación de las competencias conductuales y técnicas del empleado de hoteles del sector turístico, específicamente las competencias que se relacionan con la atención al cliente, por lo que el sujeto de estudio es el recepcionista del hotel.

Planteamiento del Problema

La ciudad de Hermosillo como capital sonorenses ofrece diversos atractivos y ofertas turísticas, es una entidad que busca consolidarse y posicionarse en el turismo a nivel nacional. Por ello, es necesario conocer los perfiles ocupacionales que existen en ella, definirlos, evaluarlos y presentar sus ventajas y desventajas que hay en cada uno de ellos.

Por lo anteriormente expuesto, la problemática identificada se define en función de la correcta preparación de los perfiles ocupacionales del sector turismo en Hermosillo, Sonora, específicamente se analizan las competencias del recepcionista de los principales hoteles de la ciudad, con el propósito de determinar la calidad del servicio basados en las actitudes conductuales y técnicas en su desempeño.

Objetivos

El objetivo general es:

Identificar las competencias conductuales y técnicas requeridas para la atención al cliente del departamento de recepción, la cual refleja la calidad en el servicio en

los hoteles de mayor renombre en la ciudad de Hermosillo, Sonora.

Objetivos específicos

Identificar los estándares de calidad que el recepcionista maneja al recibir a un huésped.

Conocer la comunicación verbal y no verbal que el recepcionista proyecta al iniciar y concluir el registro del huésped.

Explorar las competencias con las que el recepcionista cuenta al momento de manejar quejas emitidas por los huéspedes.

Indagar las competencias con que el recepcionista cuenta para asignar habitaciones.

Analizar las competencias para la salida adecuada de los huéspedes.

Perfil socioeconómico del municipio.

Método

La investigación es de tipo descriptiva y exploratoria,

descriptiva debido a que se detallan en forma específicas cada una de las competencias del departamento de recepción y exploratoria ya que se pretende una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad en la actividad turística regional.

Sujetos

En la ciudad de Hermosillo, Sonora se encuentra una gran variedad de establecimientos de hospedaje, que varían de 2 a 5 estrellas, la mayor parte del turismo está enfocado en los negocios, es por ello que el objetivo se enfoca en identificar las competencias conductuales y técnicas requeridas para la atención al cliente del departamento de recepción en los hoteles de mayor renombre en la ciudad de Hermosillo, Sonora.

Para el desarrollo de esta investigación se aplicaron 67 encuestas en los 10 principales hoteles de la ciudad; en cada hotel hay alrededor de 6 empleados en recepción, excepto el Hotel San Ángel en donde hay 11 debido al gran tamaño del hotel.

Los hoteles estudiados son los siguientes:

Tabla 1. Relación de hoteles, clasificación y recepcionistas encuestados.

Hotel	Dirección	Clasificación	Número de recepcionistas
Hotel San Ángel	Blvd. Jesús García Morales 104, Col. El Llano	4 estrellas	11
Royal Palace	Blvd. Jesús García Morales 306, Col. El Llano	4 estrellas	7
El Dorado	Blvd. Jesús García Morales 123B, El Llano	3 estrellas	6
Hotel Lucerna	Paseo Río Sonora Norte. 98, Proyecto Rio Sonora	4 estrellas	7
Hotel Colonial	Vado del Rio No. 9, Villa de Seris	4 estrellas	5
Fiesta Americana	Francisco Eusebio Kino 375, Lomas Pitic	4 estrellas	6
Hotel Ibis	Cultura No. 48, Proyecto Rio Sonora	3 estrellas	6
Hampton Inn by Hilton	Paseo Rio Sonora Colonia Proyecto Rio Sonora	4 estrellas	6
Fiesta Inn	Francisco Eusebio Kino 375, Lomas Pitic	4 estrellas	7
Hotel Araiza	Francisco Eusebio Kino 353, Lomas Pitic	4 estrellas	6

Fuente propia.

Instrumentos

I Cuestionario tipo encuesta

El instrumento que se utiliza para la evaluación de las competencias conductuales y técnicas de los recepcionistas consta de 34 preguntas divididas en 6 dimensiones o variables a estudiar. Las preguntas o reactivos están diseñadas para dar respuesta en escala de Likert de tipo: “casi nunca”, “a veces”, “con frecuencia”, “casi siempre” y “siempre”.

La encuesta es en su totalidad confidencial por lo que no se pidió el nombre a los recepcionistas y se les dio un lapso de un día para contestarla, ya que se tuvo que esperar a que todos los turnos estuvieran presentes para la entrega y recogida de la encuesta.

Las instrucciones para contestar la encuesta se diseñaron con lenguaje entendible y claro.

A continuación se presentarán las secciones en las cuales se dividirán las preguntas por categorías, dimensiones o variables:

Estándares de Calidad:

1. Dar siempre la bienvenida al huésped.
2. Saludarle al momento que el huésped este paseando por el hotel.
3. Tratar a los huéspedes por su apellido o nombre.
4. Hablar con ellos en forma amable, entusiasta y cortés.
5. Responde rápidamente las preguntas del huésped, de no ser así, pregunta a los compañeros de trabajo.
6. Satisface las necesidades del huésped.
7. Ceder paso a los huéspedes.
8. No tutear al huésped.
9. Ser amable y atento al usar el teléfono.
10. Pedir las cosas por favor.
11. Cuidar siempre el vocabulario.
12. Despedir al huésped con cortesía y desearle su regreso.

13. No comer frente a los huéspedes o en áreas no permitidas.

Comunicación Verbal:

14. Usar palabras adecuadas que el huésped pueda entender.
15. Hablar a un ritmo que el huésped extranjero pueda comprender.
16. Confirmar información o datos para evitar problemas futuros.
17. Evitar respuestas cortas, como un sí, no, no sé.

Comunicación no Verbal:

18. Cuidar el tono de voz que se utiliza y evitar decir malas palabras o comentarios.
19. ¿Utiliza la inclinación de la cabeza para saludar?
20. Sonríe al atender al huésped.
21. Ver, escucha y observa con atención al huésped.

Manejo de Quejas

22. Recibir y enviar la queja al departamento correspondiente.
23. Dar seguimiento a la queja hasta estar seguros que fue atendida.
24. Verificar con el huésped su grado de satisfacción, es decir, que el problema ha quedado resuelto en caso de quejas.

Asignación de Habitaciones y Reservaciones

25. Ofrecer las habitaciones de mayor precio.
26. Invitas amablemente al huésped a que llene la tarjeta de registro.
27. Asignas la habitación más conveniente para el cliente.
28. Informas al huésped las formas de pago.
29. Se le desea al huésped una feliz estancia.
30. Personas que no tienen reservación, se les recomienda otro hotel y se les da la ubicación.

Salida del Huésped

31. Al concluir la estancia del huésped, se le pide la llave.
32. Deben dar salida al huésped, siempre y cuando se desocupe la habitación.
33. Se notifica la salida al ama de llaves.
34. Ser discreto.

II. Observaciones de experiencia laboral

Los propósitos principales de utilizar las observaciones de experiencia laboral son:

1. Descripción detallada de las actividades realizadas que integre la descripción de los problemas atendidos y de sus propuestas de solución desde la perspectiva del recepcionista de hoteles al poner en práctica las competencias conductuales y técnicas en su lugar de trabajo.
2. Análisis de la experiencia adquirida en la realización del desempeño laboral, los métodos para la resolución de problemas, el ambiente laboral, entre otros aspectos relevantes.

Para los términos de la investigación, las observaciones se utilizarán en la parte de las conclusiones para dar mayor sustento a los resultados.

Procedimientos

Una vez definido el tipo de investigación que es de carácter descriptiva y exploratoria, se aplicó este instrumento antes descrito a una muestra de 10 hoteles previamente seleccionadas.

El instrumento se aplicó en forma definitiva en Octubre de 2015, después de realizar una prueba piloto para descartar cualquier problema de redacción del mismo. Se realizó un recorrido por los hoteles seleccionados como muestra, cubriendo los 3 turnos laborales que se requerían estudiar.

Al recabar la totalidad de los cuestionarios tipo encuesta se procedió a la captura del instrumento por medio de IBM SPSS Statistics 22 para Windows.

Las gráficas se diseñaron por medio de Microsoft Excel versión 2010.

La relatoría de las observaciones de la experiencia laboral se llevó a cabo por el autor, donde se describe la experiencia adquirida como recepcionista en un hotel por un período de 2 años.

Marco Teórico

Turismo

Vázquez (2010) afirma que “el turismo es una abstracción, un concepto del cual se tienen distintas interpretaciones, por lo tanto se tienen diferentes concepciones según sea el enfoque que se le dé, el ámbito de formación y la época”. (p.13).

Según el Diccionario Turístico Profesional (2000), la palabra turismo proviene del vocablo inglés “tour”, viaje que deriva de la palabra francesa tour, viaje o excursión circular, la cual a su vez procede del latín tomare; en cambio De la Torre (2007), lo define como: “un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupo de personas que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se traslada desde su lugar de residencia habitual a otro en el que no se ejerce ninguna actividad lucrativa, generando una importancia social, económica y cultural”.

Hernández (2010), respecto al turismo señala que “la formación turística busca la recreación, que el hombre se cultive, indague y desarrolle la personalidad. La verdadera cultura puede desprenderse del turismo cuando se viaja o visita un sitio de interés y se contempla, permite descubrir o verificar la historia, el avance de la sociedad y sus etapas, las políticas, sociales y culturales. El turismo es una actividad económica y social que se caracteriza por su naturaleza multidisciplinaria y transversal”.

Lillo, Ramón, y Sevilla, (2006), expresan que considerando el capital humano como un factor avanzado en turismo, las empresas, como demandantes de este factor y conocedoras de sus necesidades, juegan un papel fundamental como ángulo de este modelo. En este aspecto hay que tener en cuenta las necesidades

formativas fundamentalmente de dos agentes implicados: El primero, las empresas del sector turístico, que demandarán unas cualificaciones específicas de sus trabajadores con el objetivo de poder ofrecer calidad de servicio. El segundo, la Administración Pública turística que también necesita unos profesionales especializados en el sector. Ambos constituyen el núcleo de nuestra demanda de capital humano en turismo.

En este sentido analizar cuáles son los perfiles y niveles profesionales que se necesitan en cada uno de los distintos subsectores turísticos y los procedimientos de selección no es tarea fácil. Este es además un aspecto esencial a la hora de diseñar las estrategias de desarrollo del factor capital humano turístico ya que, contar con unos recursos humanos profesionalizados constituye una exigencia de competitividad.

Según la Organización Mundial de Turismo (2001), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios. Estas personas se denominan visitantes que pueden ser turistas, excursionistas, visitantes, residentes o no residentes, y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Competencias laborales

Una competencia laboral se podría definir como la capacidad, real y demostrada, para realizar con éxito una actividad de trabajo específica.

Sagi-Vela (2004, p.86) define la competencia laboral como el conjunto de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer) y actitudes (saber estar y querer hacer) que, aplicados en el desempeño de una determinada responsabilidad o aportación profesional, aseguran su buen logro.

Vargas, Casanova y Montanaro (2016) señalan que competencia laboral es la capacidad de desempeñar efectivamente una actividad de trabajo movilizándolo los conocimientos, habilidades, destrezas y comprensión necesarios para lograr los objetivos que tal actividad supone.

El trabajo competente incluye la movilización de atributos del trabajador como base para facilitar su capacidad para solucionar situaciones contingentes y problemas que surjan durante el ejercicio del trabajo. (p.25).

Alles (2004, p.59), citando a Spencer y Spencer, dice que:

Una competencia laboral es una característica subyacente en un individuo que está causalmente relacionada a un estándar de efectividad y/o a un desempeño superior en un trabajo o situación.

Y explica que:

Característica subyacente significa que la competencia es una parte profunda de la personalidad y puede predecir el comportamiento en una amplia variedad de situaciones y desafíos laborales.

Causalmente relacionada significa que la competencia origina o anticipa el comportamiento y el desempeño.

Estándar de efectividad significa que la competencia realmente predice quién hace algo bien o pobremente, medido sobre un criterio general o estándar.

Además, siguiendo a Spencer y Spencer, concluye que las competencias son, en definitiva, características fundamentales del hombre e indican “formas de comportamiento o de pensar, que generalizan diferentes situaciones y duran por un largo período de tiempo”.

Blanco (2007, p.22) cita a McClelland definiéndolas como las características personales que son la causa de un rendimiento eficiente en el trabajo, pudiendo tratarse de razones, enfoques de pensamiento, habilidades o del conjunto de los conocimientos que se aplican. Las competencias, por tanto, más que hacer una referencia a lo que una persona hace habitualmente en cualquier situación, centran su objetivo en lo que una persona sería capaz de hacer cuando se le demanda.

Clasificación de las competencias

Para Spencer y Spencer son cinco los principales tipos de competencias (Alles, 2004, p.60):

1) Motivación. Los intereses que una persona considera o desea consistentemente. Las motivaciones

“dirigen, conllevan y seleccionan” el comportamiento hacia ciertas acciones u objetivos y lo aleja de otros.

2) Características. Características físicas y respuestas consistentes a situaciones o información.

3) Concepto propio o concepto de uno mismo. Las actitudes, valores o imagen propia de una persona.

4) Conocimiento. La información que una persona posee sobre áreas específicas.

5) Habilidad. La capacidad de desempeñar cierta tarea física o mental.

Bunk (1994, p.10) Indica la siguiente clasificación:

1) Competencia técnica: es el dominio experto de las tareas y contenidos del ámbito de trabajo, así como los conocimientos y destrezas necesarios para ello.

2) Competencia metodológica: implica reaccionar aplicando el procedimiento adecuado a las tareas encomendadas y a las irregularidades que se presenten, encontrar soluciones y transferir experiencias a las nuevas situaciones de trabajo.

3) Competencia social: colaborar con otras personas en forma comunicativa y constructiva, mostrar un comportamiento orientado al grupo y un entendimiento interpersonal.

4) Competencia participativa: participar en la organización de ambiente de trabajo, tanto el inmediato como el del entorno capacidad de organizar y decidir, así como de aceptar responsabilidades.

(Alles, 2004, p.24), Realiza la clasificación en función de la estrategia de cada organización de la siguiente forma:

1) Competencias cardinales: aquellas que deberán poseer todos los integrantes de la organización

2) Competencias específicas: para ciertos colectivos de personas, con un corte vertical, por área y, adicionalmente, con un corte horizontal, por funciones. Usualmente se combinan ambos colectivos.

Los autores mencionados tienen una perspectiva muy diferente respecto a la clasificación de las competencias,

por un lado Spencer y Spencer se orientan a la motivación, las características físicas de la organización, las actitudes y valores, conocimientos y habilidades, por otro lado las clasifican de acuerdo a las técnicas metodológicas empleadas en dichas organizaciones, además de las competencias sociales para laborar con otras personas en forma participativa y grupal. Al conjugar todos los anteriores elementos, el análisis concluye con las áreas verticales y horizontales en las organizaciones, estas son las competencias que todos los integrantes deben de poseer por funciones, combinando los dos tipos de áreas.

La evaluación de competencias

Del Pozo (2012, p.24) manifiesta que evaluar competencias requiere, en primer lugar, la definición del contenido de la competencia, describiendo comportamientos, habilidades e indicadores de evaluación. Además, es necesario establecer los instrumentos de recogida de datos que permitan obtener las evidencias necesarias para determinar el grado en que se ha alcanzado la competencia en comparación en un estándar establecido.

La evaluación de la competencia laboral (profesional) es el procedimiento sistemático por el que se recogen pruebas o evidencias del desempeño profesional de un trabajador, o de los resultados de aprendizaje alcanzados por un estudiante, de los que se infiere confiabilidad, lo que éste es capaz de realizar frente a los estándares establecidos en un Diccionario de Competencias o en un Catálogo de Cualificaciones Profesionales, (p.40).

Principios para evaluar las competencias

a) Eficacia. Ser ágil en su aplicación, empleando tiempos razonables para la obtención de evidencias, y económicamente rentable en cuanto a costes originados por la logística necesaria para su desarrollo.

b) Flexibilidad. Ser capaz de obtener las evidencias de competencia que poseen los individuos, combinando la aplicación de una serie de métodos de distintas características.

c) Validez. Ser capaz de obtener y mostrar evidencias suficientes y fiables relativas a los referentes que se utilicen en cada caso (Diccionario de competencias, Catálogo de cualificaciones, etc.). El fin de un proceso de evaluación de competencias es obtener evidencias que muestren comportamientos en condiciones específicas, de modo que se puede inferir que el desempeño esperado se ha logrado de manera adecuada. Incluye los resultados o productos requeridos para demostrar un desempeño eficiente en un ámbito productivo, Del Pozo (2012, p.43).

Los principios se establecen de acuerdo a la eficacia con la que se logra una competencia en el tiempo establecido, por lo que se considera flexible para la obtención de las mismas competencias con un método definido en forma clara para la obtención de la validez de las competencias con evidencias cualificadas en un catálogo o un manual de procedimientos reglamentados por las empresas u organizaciones.

Departamento de Recepción

El departamento de recepción es uno de los más importantes del hotel, ya que es donde se llevan a cabo la mayoría de las operaciones del huésped y es el centro de operaciones del hotel.

El trato que el huésped reciba en este departamento es de vital importancia pues en el solicitará los servicios desde el momento de su llegada hasta el de su salida. El objetivo de todo hotel debe ser que el cliente se sienta como en su casa.

Este departamento ofrece servicios con la llegada y salida de los huéspedes, además de controlar, coordinar, gestionar y brindar diferentes servicios durante la permanencia de los huéspedes dentro de la instalación. La recepción es donde afluyen las solicitudes, reclamaciones y quejas directamente con el servicio al huésped.

La recepción siempre debe estar ubicada en un lugar donde el cliente tenga fácil acceso a ella, debe ser en el propio lobby, donde se tenga una amplia visión de la entrada principal del hotel.

En general este departamento es de suma importancia y debe estar preparado para recibir clientes, ya sea nacional o extranjero, por lo tanto, el perfil que cubren los trabajadores debe ser eficiente y con manejo efectivo de competencias.

El modelo de la presente investigación está basado en Báez (2005, p.15), el cual presenta un diagrama para representar los aspectos más importantes en las competencias de un recepcionista de hotel para denotar la calidad en el servicio:

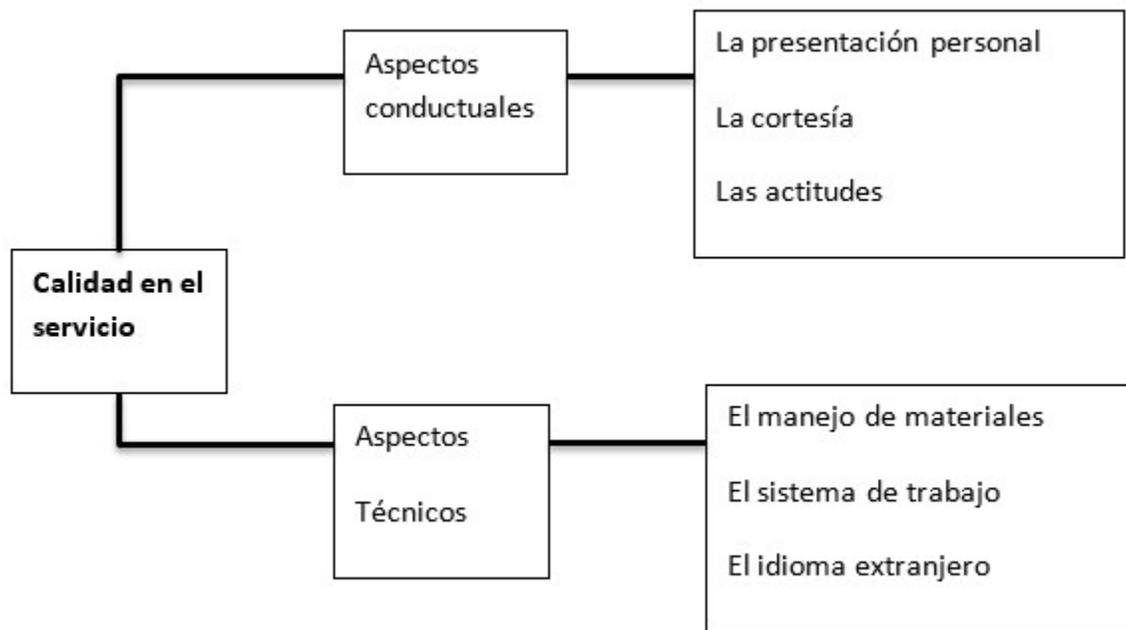


Figura 1. Modelo de calidad en el servicio hotelero: Fuente: Báez (2005, p.15)

En el diagrama anterior se visualizan las competencias que el recepcionista debe manejar al interactuar con el huésped. Los aspectos conductuales como la presentación personal, la cortesía y las actitudes son parte de la imagen del hotel, la impresión que el huésped recibe al arribar al lugar. Los aspectos técnicos como el manejo de materiales, el sistema y el idioma, son parte de las competencias aptitudinales que el recepcionista desarrolla en su lugar de trabajo.

Calidad en el servicio

Desde el momento en que el empleado inicia su relación laboral en una empresa de servicios como un hotel, se debe fomentar la creación de una cultura de calidad en la prestación del servicio a cada huésped. Esta cultura de la calidad debe estar enfocada siempre hacia la satisfacción total del cliente en cuanto a sus necesidades, deseos y expectativas. Se deben establecer un conjunto de estándares de calidad que no solamente cumplan con las expectativas, sino que además las superen, es decir, fomentar las competencias para que exista un crecimiento en la calidad, Báez (2005, p 17).

Resultados Obtenidos

Al definirse la presente investigación como descriptiva basado en que describe situaciones en contextos para conocer como son y cómo se manifiestan. (Danhke, 1989, citado por Hernández Sampieri, 2006) indica que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

La ilustración de resultados se presenta por dimensiones o variables estudiadas, por lo que se toman las preguntas más relevantes de la categoría en cuestión. Al finalizar cada categoría se presenta una tabla para mostrar las estadísticas descriptivas como mínimo, máximo, media y desviación típica.

I. Estándares de calidad

a) Dar siempre la bienvenida al huésped

Este punto es de vital importancia ya que es el primer contacto con el huésped y la primera impresión, el 88 por ciento de las personas encuestadas respondieron que “Siempre” le dan la bienvenida al huésped, el 7 por

ciento de los encuestados afirmaron que “Casi siempre” y 5 por ciento que “Con frecuencia”, lo que nos da un buen resultado y calidad en el servicio, por lo que los recepcionistas si están desempeñado con eficiencia su bienvenida al huésped.

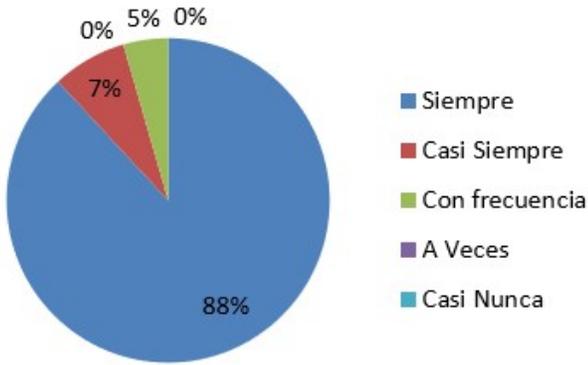


Gráfico 1. Bienvenida al huésped

b) Saludar al momento que el huésped este paseando por el hotel

El saludo y la interacción es de extrema importancia para hacer sentir al huésped en casa y establecer un ambiente de confianza, de los 67 encuestados, el 75 por ciento respondieron que “Siempre” saludan al huésped cuando lo ven caminar por las instalaciones, el 22 por ciento afirmaron “Casi siempre” lo saludan y el 3 por ciento de las personas respondieron que “Con frecuencia” lo saludan. Sin embargo se obtuvo un resultado favorable, establecer empatía fortalece el servicio al huésped, al cliente hay que darle confianza, que no se vea como un extraño, debemos saludarlo para establecer una buena relación con ellos y garantizar siempre su regreso.

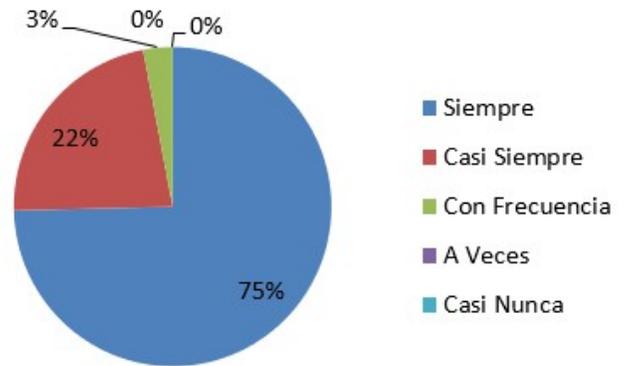


Gráfico 2. Saludar al huésped

c) Hablar con el huésped en forma amable y cortés.

La amabilidad y el respeto son indispensables, ya que si el huésped se siente bien atendido, ellos trataran al personal de la misma manera, de los 67 encuestados, 75 por ciento respondieron que “Siempre” hablan con ellos en forma amable y cortés, 24 por ciento que “Casi siempre” y solamente el uno por ciento que “Con frecuencia”. Se obtuvieron buenos resultados ya que cuando los viajeros llegan a un lugar desea un buen servicio, en caso de que no, ya no vuelven a ese lugar y lo mal recomienda, por eso es muy importante que los recepcionistas estén bien capacitados para el trato amable con el huésped.

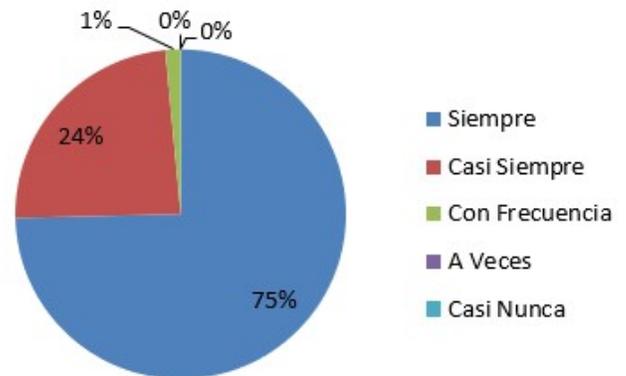


Gráfico 3. Hablar en forma amable y cortés con el huésped

d) Responde rápidamente las preguntas del huésped, de no ser así, pregunta a los compañeros de trabajo.

Es muy importante que los prestadores de servicios conozcan por completo sus funciones y todas las instalaciones del establecimiento, para que al momento en que se hagan preguntas estos contesten rápidamente, de igual forma se puede apoyar con los compañeros, de las 67 personas encuestadas, el 66 por ciento respondieron que “Siempre” responden rápidamente las preguntas, 28 por ciento que “Casi siempre”, 4 por ciento que “Con frecuencia y el dos por ciento que “A veces”. Se obtuvieron buenos resultados, casi todos los encuestados tienen conocimientos sobre su trabajo, es importante que si no sabemos la respuesta, buscarla rápidamente sin dejar al huésped con la duda.

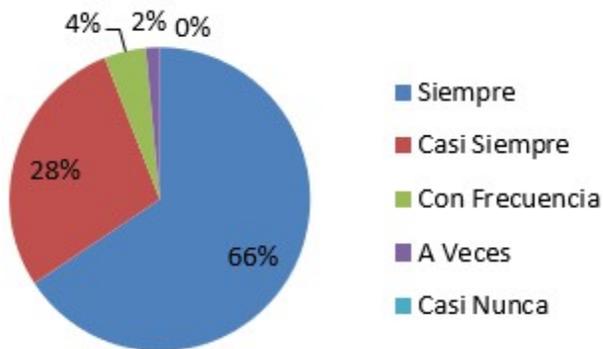


Gráfico 4. Responde preguntas del huésped en forma eficiente

e). Satisfacción de las necesidades del huésped

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes es la prioridad de cualquier recepcionista, es decir, estar atento a sus demandas para que se marchen con un buen sabor de boca, de las 67 personas encuestadas, 60 por ciento respondieron que “Siempre” satisfacen las necesidades, 34 por ciento que “Casi siempre” y 6 por ciento que “Con frecuencia”, se obtuvieron buenos resultados, el objetivo primordial siempre será satisfacer necesidades y hacer sentir al huésped como en casa.

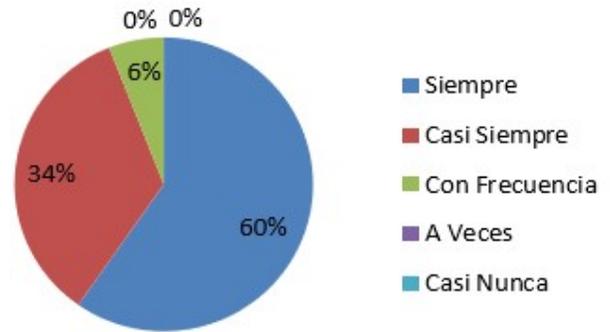


Gráfico 5. Satisfacer necesidades del huésped

Comunicación no verbal

a) Uso de la inclinación de la cabeza para saludar

Utilizar la inclinación de la cabeza es una forma respetuosa para saludar, sin embargo en el noroeste de México no es muy común, de las 67 personas encuestadas, 42 por ciento respondieron que “Siempre” utilizan la cabeza para saludar, 21 por ciento que “Casi siempre”, 16 por ciento que “Con frecuencia”, 13 por ciento que “A veces” y 8 por ciento que “Casi nunca”.

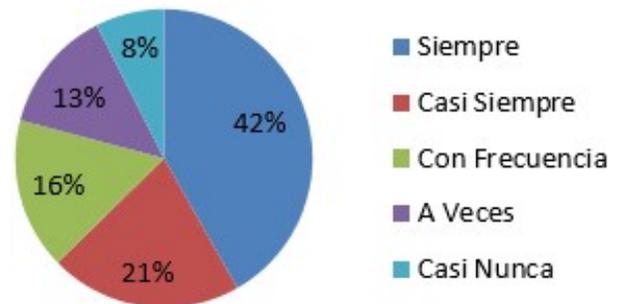


Gráfico 5. Inclinación de la cabeza para saludar

b) Ver, escuchar y observar con atención al huésped

Escuchar, ver y observar al huésped en cada una de sus peticiones, ayudará a desarrollar la labor correctamente, esto con el fin de que no surjan dudas y atender al cliente rápidamente, que sienta que es importante para el hotel. De las 67 personas encuestadas, 72 por ciento respondieron que “Siempre” escuchan al huésped, 19 por ciento que “Casi siempre”, 7 por ciento que “Con frecuencia” y solamente el 2 por ciento que “A veces”, los resultados son favorables, es importante que siempre

se ponga atención a lo que pide el huésped, para darle el servicio y que no quede inconforme.

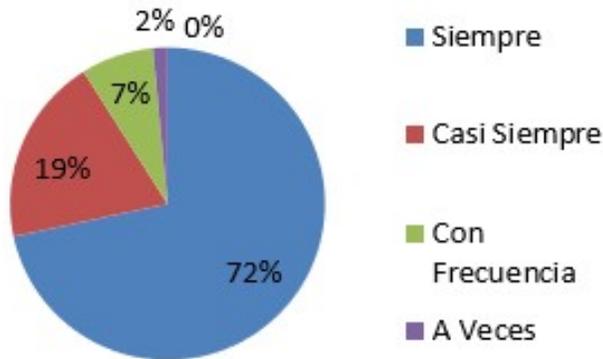


Gráfico 6. Ver, escuchar y observar con atención al huésped

Manejo de quejas

a) Recibir y enviar la queja al departamento correspondiente

Las quejas son muy importantes en la hotelería, porque así el hotel mejora sus servicios e incrementa las posibilidades de que el huésped vuelva o lo recomiende. La queja debe enviarse al departamento correspondiente para que se le dé una solución inmediata, ya sea por la limpieza del cuarto, sábanas, cuestiones de plomería entre otras. De las 67 personas encuestadas, 66 por ciento respondieron que “Siempre” envían la queja al departamento, 28 por ciento que “Casi siempre”, 3 por ciento que “Con frecuencia”, 2 por ciento que “A veces” y la otra solo el 1 por ciento que “Casi nunca”, se obtuvieron resultados eficientes, las quejas como las sugerencias hacen crecer las empresas, porque son oportunidades que se pueden mejorar, y así el huésped regresa nuevamente y todo se encuentra en perfecto estado.

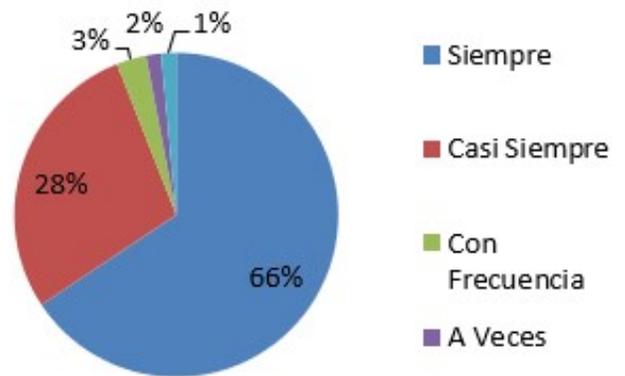


Gráfico 7. Recepción y canalización de quejas

b) Dar seguimiento a la queja hasta estar seguros que fue atendida

Al igual que el punto anterior, el personal de recepción debe estar seguro que la queja ya fue atendida, esto para evitar problemas posteriores con el huésped evitando que abandone el hotel, de las 67 personas encuestadas, 58 por ciento respondieron que “Siempre” le dan seguimiento a la queja, 33 por ciento que “Casi siempre”, 4 por ciento que “A veces”, 3 por ciento que “Con frecuencia”, 2 por ciento que “Casi nunca”, es importante que el personal atienda todas las quejas, ya que muchas veces los huéspedes se molestan y mal recomiendan el establecimiento.

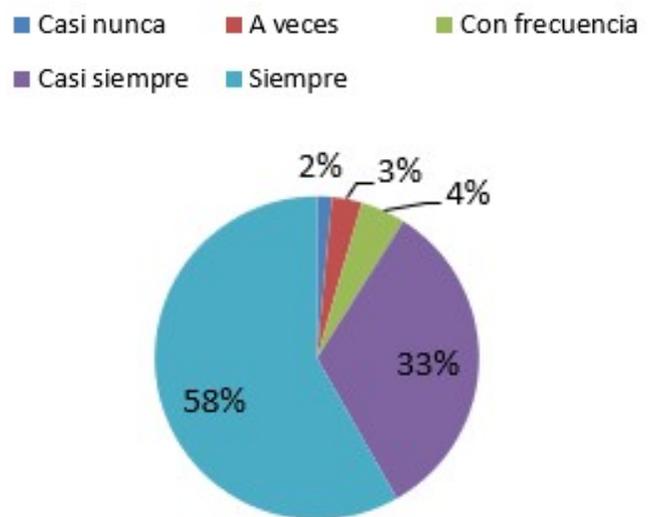


Gráfico 8. Seguimiento de las quejas

Asignación de habitaciones y reservaciones

a) Ofrecer las habitaciones más equipadas y de mayor precio

El objetivo primordial del recepcionista es brindar atención al huésped, pero también deben de ofrecer las habitaciones de mayor precio, ya que son las más equipadas y el huésped se sentirá más cómodo, además es importante para incrementar las ganancias del hotel. De las 67 personas encuestadas, 42 por ciento respondieron que “Siempre” ofrecen las habitaciones caras, 25 por ciento que “Casi siempre”, 10 por ciento que “Con frecuencia”, 15 por ciento que “A veces” y el 8 por ciento que “Casi nunca”, basado en estos resultados se observa que no todos los recepcionistas respetan este punto, quizás porque la mayoría de los clientes ya vienen con reservación, pero siempre es de vital importancia que las ofrezcan, ya si el cliente no quiere, ofrecer las económicas.

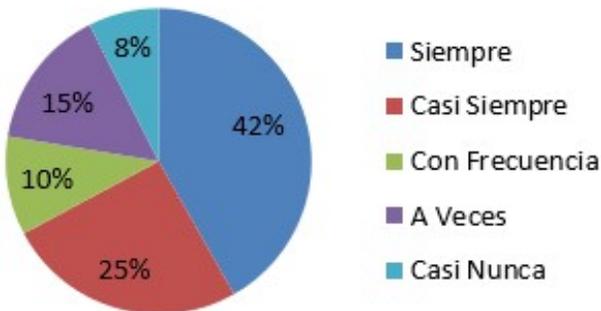


Gráfico 9. Ofrecer habitaciones mejores equipadas de mayor precio

b) Registro del huésped

Dirigir al huésped amablemente a que llene con sus datos la tarjeta de registro es una de las actividades principales del recepcionista; es importante que los datos estén correctos para evitar problemas posteriores como la elaboración de facturas. De las 67 personas encuestadas, 84 por ciento respondieron que “Siempre” invitan amablemente al huésped, 10 por ciento que “Casi siempre”, 3 por ciento que “Con frecuencia”, 2 por ciento que “A veces” y el 1 por ciento que “Casi nunca”, es importante solicitar los datos al cliente de la

manera más amable, no exigirle en ningún momento para que no se sienta presionado.

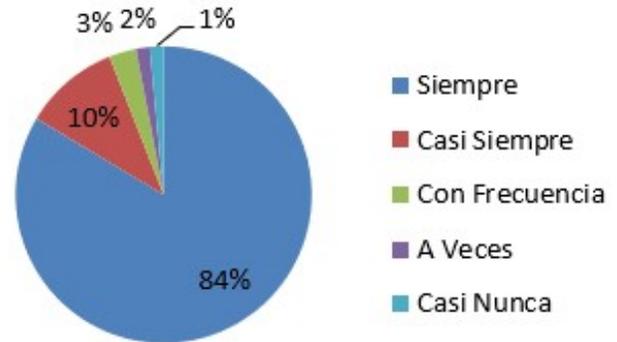


Gráfico 10. Registro del huésped

Conclusiones y Recomendaciones

La recepción en un hotel es uno de los lugares de mayor importancia, tanto para el huésped como para el mismo personal que ahí labora; en este sitio el cliente se registra, se solucionan varios de sus problemas, recibe información acerca del hotel y la ciudad, es el centro, porque controla información de habitaciones, clientes, ingresos y quejas.

Los recepcionistas son una parte fundamental de toda la operación del hotel, ellos son la parte medular del funcionamiento del mismo, ya que es donde se reciben todos los ingresos de tipo humano, material y económico, es por eso que este departamento es muy importante y se le deben aplicar procesos de mejora que se vean reflejados en la atención al cliente.

Con el propósito de desarrollar las conclusiones se toman en cuenta los resultados de los cuestionarios aplicados a los 10 hoteles y la reseña de experiencia personal como recepcionista de hotel, por lo que se personaliza la descripción.

En referencia a los objetivos propuestos en la investigación se concluye lo siguiente:

Los estándares de calidad que el recepcionista maneja al recibir a un huésped se basan en la bienvenida, la forma de saludar por apellido, hablar en forma amable, responder preguntas, pedir las cosas por favor, mantener un excelente vocabulario, entre otras actitudes del empleado, se identifican con un alto índice de eficiencia,

por lo que esta variable o dimensión ha sido muy bien evaluada. La totalidad de los recepcionistas de los hoteles manejan estándares de calidad mostrando así una alta competencia en la atención al cliente.

En mi experiencia laboral personal, al comentar las actitudes de calidad, en este caso conductuales, tuve la fortuna de poder enfrentar en forma adecuada la bienvenida de los huéspedes, siempre hay situaciones que se presentan con conflictos, pero el saber resolver con amabilidad y la certeza de que el cliente siempre tiene la razón, ayudó en su momento a la resolución de los mismos conflictos.

La comunicación verbal y no verbal que el recepcionista proyecta al iniciar y concluir el registro del huésped también son aspectos conductuales que pueden dar pie a malas interpretaciones. En estas variables se tienen el tono, el ritmo de voz, las respuestas cortas y sobre todo el idioma; cuando se trata de un idioma extranjero, el recepcionista debe de estar preparado para demostrar su competencia en comunicación, en forma general el idioma extranjero más común es el inglés, por lo cual en mi experiencia personal no tuve problemas, pero cuando era otro tipo de idioma hubo necesidad de acudir a diccionarios o a buscadores en Internet.

La evaluación de estas dos dimensiones o variables estudiadas en los hoteles han arrojado excelentes cifras, por lo que no se consideran competencias en riesgo para el personal. Para profundizar un poco en estos aspectos conductuales, es necesario indicar que la forma de hablar del sonorense debe de modificarse y tratar de modularse, ya que si el huésped es del sur del país puede llevarse la impresión de que se habla muy golpeado, con demasiada fuerza o quizás malinterpretarse como si el empleado estuviera enojado, por lo que es necesario capacitar muy bien en este aspecto.

Al explorar las competencias con las que el recepcionista cuenta al momento de manejar quejas emitidas por los huéspedes se visualiza que los eventos que pueden ser estresantes los enfrentan en forma profesional, ya que se encuentran capacitados para solucionar todo tipo de queja en cualquier momento. En forma personal, en mi experiencia laboral me tocó pasar

por una serie de quejas ya que el hotel donde trabajaba no tenía muchos recursos asignados para resolver los requerimientos que en un momento dado tuvieran los huéspedes, ya que en su mayoría consideraban al hotel de más categoría, alcanzando apenas las dos estrellas.

Un aspecto muy especial que se vive con el manejo de quejas como recepcionista del hotel es el nivel de estrés que alcanza tanto el huésped como el personal a cargo, por lo que hay que evitar perder el control y tratar de ser un mediador en las situaciones dadas.

Las competencias con que el recepcionista cuenta para asignar habitaciones según el estudio han resultado muy altas, ya que si un sistema de hotelería, sea automatizado o en computadora, o en su defecto, de tipo manual, debe de controlar las habitaciones disponibles (libres y limpias para uso), por lo que el recepcionista tiene comunicación constante con el ama de llaves y consejería.

Las preguntas referentes a esta variable se centran en indagar si el recepcionista verifica que el huésped tiene reservación, si no la tiene, revisar si hay cupo o recomendar otro hotel. Si el huésped ingresa, indagar si brinda primero las habitaciones más caras, si el pago es con tarjeta o efectivo y desear feliz estancia.

Con relación a los estadísticos descriptivos hubo dos preguntas que tuvieron una desviación estándar que sobrepasó a 1 y son la de brindar las habitaciones más caras y recomendar otro hotel, por lo que se perciben oportunidades de competencias a desarrollar, el empleado no está haciendo prioridad el vender las habitaciones más caras y no está orientando al huésped en la búsqueda de otro hotel que le convenga.

Al analizar las competencias para la salida adecuada de los huéspedes se valida la comunicación que tiene el recepcionista con el ama de llaves para verificar la habitación y autorizar la salida del huésped. Los resultados en este tipo de hoteles arrojaron una desviación estándar mayor que 1, por lo que se percibe poco frecuente la validación del ama de llaves como condición para que el huésped pueda salir del hotel, no se acostumbra verificar si faltan toallas u otros utensilios

que el huésped pueda llevar consigo, ya que se trata de hoteles de 4 y 5 estrellas.

En mi experiencia personal, en el hotel en que yo laboré si hubo necesidad de verificar las habitaciones ya que los recursos y el material como toallas y blancos eran responsabilidad del personal como el recepcionista y el ama de llaves.

En general, no hay mucho que recomendar, ya que en base a los resultados de las encuestas, se pudo observar que el recepcionista cumple con todas las competencias mencionadas, se puede proponer más capacitación al departamento y que se siga manteniendo este ritmo, ya que el huésped es el principal evaluador. Cuando se hizo la recolección de datos, el personal dio un trato amable y respuestas inmediatas, por lo que los 10 hoteles encuestados brindaron resultados favorables.

Las preguntas dispersas, consideradas poco probables o no relevantes para el empleado como se comentó en los resultados obtenidos son no tutear al huésped, realizar una inclinación al saludar, ofrecer las habitaciones de mayor precio, recomendar otro hotel (en caso de que el huésped no tenga reservación), pedir la llave, se considera que con el manejo de tarjetas ya está controlado el acceso a la habitación y la verificación de la habitación por parte de la ama de llaves a la salida del huésped por lo que no es obligatorio la entrega de la misma.

Referencias:

- ALLES, M. A. (2004). Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias. México: Ediciones Granica S.A. de C.V.
- BÁEZ CASILLAS, S. (2005). Hotelería. México: Compañía editorial Continental.
- BLANCO, A. P. (2007). Trabajadores competentes: Introducción y reflexiones sobre la gestión de recursos humanos por competencias. Madrid: ESIC Editorial.
- BUNK, G. (1994). La trasmisión de las competencias en la formación y perfeccionamiento de profesionales en la RFA. Revista Europea CEDEFOP, 8-14.
- BUNKART, A. J. (1981). Turismo: Pasado, presente y futuro. Londres: Heinemann.
- DEL POZO, F. J. (2012). Competencias profesionales: Herramientas de evaluación; el portafolios, la rúbrica y las pruebas situacionales. Madrid: Narcea Ediciones.
- GOBIERNO DEL ESTADO DE SONORA. (2012). V Informe de Gobierno. Hermosillo: Gobierno del Estado de Sonora.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO. (2006). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- HERNÁNDEZ, B. (2010). Formación Universitaria de Turismo en el Estado Bolívar. Tesis Doctoral. Venezuela: Decanato de Investigación y Postgrado de la Universidad Fermin Toro. Pag. 32 & 48.
- INEGI. (28 de abril de 2016). INEGI. Recuperado el 28 de abril 2016 de 2016, de www.inegi.gob.mx: www.inegi.gob.mx
- LILLO, A. R., & SEVILLA, M. (2006). Un Marco de Análisis del Capital Humano en Turismo. . Madrid, España.: Universidad de Alicante. Dpto. Análisis Económico y Aplicado. Pag. 4, 6 y 15.
- PADILLA, O. D. (2007). El Turismo, Fenómeno Social. Lima, Perú.
- SAGI VELA, G. L. (2004). Gestión por competencias: El reto compartido del crecimiento personal y de la organización. Madrid: ESIC.
- SARACHO, J. M. (2005). Un modelo general de gestión por competencias. Modelos y metodologías para la identificación y construcción de competencias. Santiago de Chile: RIL.
- SECRETARÍA DE TURISMO. (2009). Estrategia para el fortalecimiento del capital humano del sector con base en las competencias de las personas. México: SECTUR.
- SECTUR. (2014). Agenda de competitividad de los destinos turísticos de México. México: SECTUR.
- SEP. (2009). Estrategia para el Fortalecimiento del Capital Humano del Sector, con base en las Competencias de las Personas. Sector Turismo. En CONOCER, Sector Turismo (pág. 38). México: SEP.

SEP. (2012). COMPETENCIAS DE PERSONAS Y PERFILES OCUPACIONALES DEL SECTOR TURISMO Y RESTAURANTERO. En CONOCER, COMPETENCIA DE PERSONAS Y PERFILES OCUPACIONALES: SECTOR OFICIOS (pág. 113). México: SEP.

GOBIERNO DEL ESTADO DE SONORA (2002). "V Informe de Gobierno del Gobernador Armando Lopez Nogales". Pag. 21. Hermosillo, Sonora.

TURISMO., O. M. (2001). Definiciones extraídas textualmente del glosario básico de la OMT. .: OMT.

VARGAS, F, CASANOVA, F. Y MONTANARO, L. (25 de abril de 2016). El enfoque de competencia laboral; manual de formación. Obtenido de <http://www.oitcinterfor.org/>: <http://www.oitcinterfor.org/publicaci%C3%B3n/enfoque-competencia-laboral-manual-formaci%C3%B3n>

VASQUEZ, M. (2010). La formación de las competencias de los alumnos de licenciatura en turismo del IPN respecto a los hoteles de la Zona Metropolitana. México, D.F.: Instituto Politecnico Nacional, Pag. 8 y 36.

WESSELINK Y OTROS. (Num. 60 2012). Modelo de evaluación por competencias a través de un sistema de gestión de aprendizajes. Revista Iberoamericana de Educación, 51-62.